

공보관실 소관

I. 일 반 현 황

II. 2008 주요업무 추진성과

III. 2009 여건 및 과제

IV. 2009 주요업무 계획

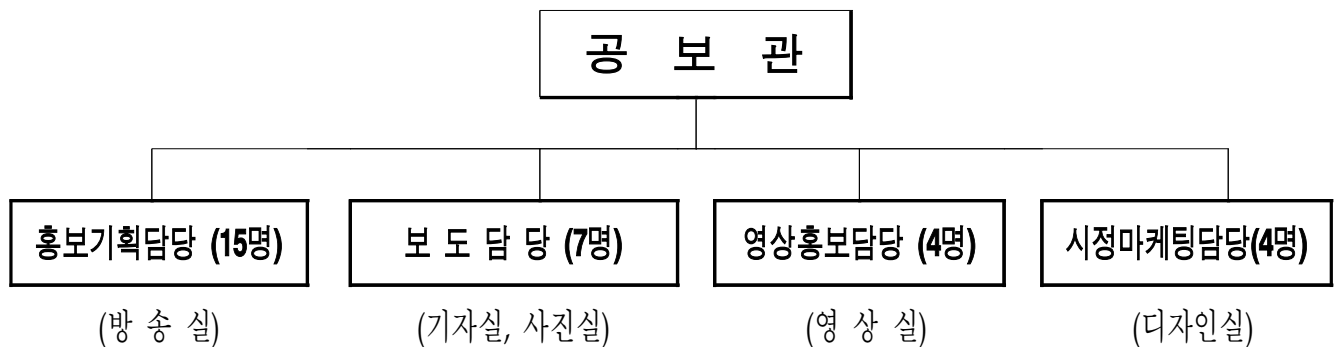
I. 일 반 현 황

1] 공보관실 기능

- 시정홍보 종합기획 수립·시행
- 시보 「이츠대전」 및 점자 시정소식지 발간, 정기간행물 등록
- 기자 브리핑과 대담·인터뷰 및 보도자료 작성 제공
- 언론매체를 통한 시정광고 및 언론 모니터링
- 인터넷방송 「이츠대전TV」 운영 및 영상홍보 실시
- 도시마케팅, 브랜드 슬로건 활용한 도시이미지 홍보

2] 조직 및 인력

- 조 직 : 1관 4담당



- 정·현원 : 정원 30 / 현원 31

(‘09. 1월 현재)

구분	직렬	계	일 반 직			별정직	기능직	전임계약직
			4급	5급	6급이하	6급이하	6급이하	나급이하
정 원		30	1	4	7	3	8	7
현 원		31	1	4	8	3	8	7

※ 파 견 : 1명(국가기록원)

※ 상근인력 : 5명(기자실 2, 언론모니터 1, 영상실 1, 디자인실 1)

3 2009년도 예산

- 규 모 : 2,743백만원(전년도 최종예산 2,557백만원 대비 7.3% 증)
 - － 홍보기획관리비 : 1,044백만원(이츠대전 제작 636, 권역외홍보 145 등)
 - － 언론홍보 및 보도지원 : 536백만원(주요시정홍보비 250, 2060기념사업 78 등)
 - － 시정시책 기획홍보비 : 705백만원(인터넷방송 운영 604, 전자홍보 50 등)
 - － 시정마케팅 관리비 : 130백만원(주요시책여론조사 50, 시경계안내현판 20 등)
 - － 행정운영 경비 : 328백만원(인력운영비 275, 사무기본경비 53)

4 기 타

○ 출입 언론매체

구 분	총 계	신 문						방 송			통신	인터넷	케이블
		소계	중앙	경제	지 방			소계	TV	라디오			
					관내	관외	기타						
언 론 사	57	36	11	8	7	8	2	5	3	2	2	12	2
출입기자	89	55	19	8	16	10	2	10	7	3	4	17	3

○ 자체 홍보 매체

- － 시보 「이츠대전」 (월38,000부), 점자 「대전시정소식」 (월1,500부)
- － 인터넷방송 「이츠대전 TV」, e-대전뉴스레터
- － 시정홍보판 4개소, 게시판 1개소, LED 전광판 1개소

○ 정기간행물 등록내역

(‘09. 1월 현재)

계	일간신문	주간신문	인터넷신문	잡 지	비 고
146	13	36	29	68	

○ 관련 위원회

- － 정기간행물등록취소위원회
 - ▶ 구 성 : 9명(당연직 3, 위촉직 6)
 - ▶ 기 능 : 6월이내 미창간 또는 1년 이상 발행중지 간행물 취소 심의
- － 언론중재위원회(대전중재부)
 - ▶ 구 성 : 5명(법조 2, 학계 1, 언론 1, 사회단체 1)
 - ▶ 기 능 : 언론보도로 인한 분쟁을 중재하고 정기간행물에 대한 침해사항 심의

Ⅱ. 2008 주요업무 추진성과

-
- 언론보도 위주의 홍보에서 탈피, 자체매체운영 활성화와 계기홍보를 강화하고, 지역홍보자원 최대 발굴 활용으로 시정 신뢰 제고
-

① 고객 맞춤형 기획홍보 강화

- 홍보대책간담회(월간)와 주간홍보계획 수립시행 등 전략적 홍보대책 강구
- 시사포커스(KBS) 등 방송 시사프로그램 출연 확대(39회)
- 지하철도 등 주요노선 시정홍보현판 설치(13개소)
- 포켓 이츠대전 발간 활용(6회 1만8천부) / 침복단지 대전유치 타당성 등

② 매체별 특성에 맞는 홍보자료 제공

- 맞춤형 보도자료 제공 및 적극·능동적인 보도지원
 - － 〈 신 문 〉 : 총 178건 / 기획보도110, 기고36, 인터뷰32,
※ 1인 평균 보도자료 제공건수 5건 → 10건으로 확대
 - － 〈 방 송 〉 : 영상보도자료 677건 / 인터뷰 101, VTR 576
 - － 〈 간행물 〉 : 월·주간지 대담인터뷰 / 37회
- 전광판 등 각종 전자매체 활용 확대, 홍보 동영상 제작방영 / 34개 전광판
 - － 월드컵·야구경기장, 대전역, 으능정이거리 등 지역전광판과 정부중앙청사 등 권역 외 홍보 확대 실시

③ 자체 홍보매체 운영 활성화

- 인터넷 방송 프로그램 개편
 - － 당초 5개 섹션 21개 코너 ⇒ 5개 섹션 18개 코너 조정
 - － 일일뉴스 등 콘텐츠 650편 제작 게시
- 월간 「이츠대전」 편집 다양화 / 탐방인터뷰 코너 신설 등
- 시각장애인용 「점자소식 및 녹음테이프」 제작 / 12회 18,000부
- 시정홍보 게시판 활용(4개소) 각종행사 및 주요시책 홍보

- 시정관련 홍보시설물 일제정비 추진
 - － 시계조형물, 체육시설, 관광안내소, 교통시설물 등(281개소)
- 시정홍보자료 전 직원 공유를 통한 계기홍보 강화와 수준향상
 - － 시정홍보자료 전시회개최 / 300종 1,000여점 (10. 6~13)
 - － 시정홍보자료마당 신설·운영 / 시·도행정포탈 게시('08. 9월부터)
 - － 시정 홍보물 제작 컨설팅 실시 / '08. 10월 부터 (수시)

4 새로운 홍보 영역의 확대

- 「인천국제공항」 내 와이드칼라 설치 홍보
 - － WTA 행사와 창조도시 대전 이미지 홍보물 부착('08. 2~10)
- 「KTX 동영상」 광고 / 대덕특구 관련 홍보('08. 1~3)
- G9, 인근 자치단체와 연계홍보 : 월간 「이츠대전」 기사교류 등
 - － 금산 달맞이 축제, 옥천 묘목 축제, 주변 관광지 소개 등
- 도시철도 활용 시정홍보 추진
 - － 스크린도어·승강장 및 전동차내 광고면(323) 활용 시정주요시책 홍보

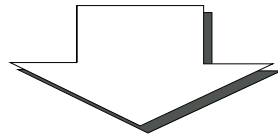
5 직원 홍보마인드 함양 및 역량 강화

- 홍보매뉴얼 제작 배포 활용 : 400부(실과 사업소)
- 「직장교육」, 「희망 아카데미」, 교육원 홍보교육과정 신설 운영 등 홍보교육 강화
- 부서별 홍보실적 평가 : 매월 / 5개분야 16개 항목
 - － 보도자료 제공, 브리핑, 보도 반영률, 정정·해명보도, 기타매체 운영실적 등
- 「시출입기자단+간부공무원」 워크숍 개최 : '08. 1. 25
- 부정확·왜곡 언론보도에 대한 체계적 대응
 - － 언론사 반론·정정보도 청구(5회), 시홈페이지 보도해명(15회)

Ⅲ. 2009 여건 및 과제

홍보여건

- 민선4기 시정성과를 가시화시키고, 市 출범 60주년, 국제우주대회, 전국체전 등 대규모 행사의 성공적 개최를 위한 시정홍보의 역할과 중요성 대두
- 인터넷 매체 급속 확산에 따른 홍보매체의 다채널화 가속 등 홍보환경의 급격한 변화



중점과제

— 시민과 함께하는 창조도시 대전 구현 —

- 신문과 방송 등 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진
- 자체홍보매체의 효용 극대화과 시정 계기홍보 강화
- 지역 홍보자원 발굴 활용 및 시정홍보 역량 강화
- 대전 도시브랜드 가치 제고와 이미지 고양

다양하고 전략적인 “시민소통” 홍보대책 강구

시정에 대한 시민 공감대 형성과 신뢰수준 제고

IV. 2009 주요업무 계획

1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진
2. 자체홍보매체의 효용 극대화
3. 시정 계기홍보 강화
4. 지역 홍보자원 발굴 최대 활용
5. 대전 도시브랜드 가치 제고
6. 시정홍보 관리시스템 **Up-Grade**

1. 매체별 특성에 맞는 전략홍보 추진

- 언론매체별 특성에 맞는 맞춤형 보도 지원
- 행정환경 분석단계부터 중점 홍보 타깃 선정 집중 홍보 실시

1] 신문·방송 매체

신문	<ul style="list-style-type: none">· 언론사별 기획면, 섹션면, 특집호 등 활용 주요시책 집중홍보<ul style="list-style-type: none">－ 시책의 취지, 추진과정, 추진 후 변화 등 시의성 있는 내용 심층보도· 언론기관 주도의 캠페인성 시책홍보 연중 지속화<ul style="list-style-type: none">－ 자전거 타기 등 불특정 다수 시민을 대상으로 한 협력사업 발굴 시행※ 칼럼, 기고문 적극활용 혼용적인 시정홍보 대책강구
방송	<ul style="list-style-type: none">· 각종 시사프로그램, 교양프로그램 적극 활용<ul style="list-style-type: none">－ 각 시책별 이슈단계·성숙단계별 의미 및 향후과제 등 중점보도· 방송사별 특집 다큐멘터리 프로그램 공동제작 활성화<ul style="list-style-type: none">－ 국제우주대회, 2060기념사업 등을 통한 대전의 현재와 미래 재조명※ 지역프로그램 활용 주요시책·현안사업 대담·토론, 인터뷰 추진

2] 잡지(주간·월간지)

- 정치·경제 등 유력지, 분야별 전문잡지 대상 맞춤형 홍보 실시
 - － 각 분야 업무특성별 최적 유력지 선정, 집중 공략
- 대상 매체별 성향, 편집구성 등 분석, 시의성 있는 홍보대책 강구
 - － 주요 국책사업 유치활동 등 전국단위 홍보시책 대상 심층보도

3] 인터넷 매체

- 긴급현안 발생시 주력 홍보매체로 활용
 - － 통신사를 포함한 인터넷 매체의 속보성, 확장성 최대활용 집중 공략
- 부정적 이미지 고착 및 악성 여론 조성 예방에 중점
 - － 주요사안 발생시 선제적 홍보대책 강구로 부정확 보도 및 오보 방지

2. 자체홍보매체의 효용 극대화

- 효율적인 자체매체 활용을 통한 전방위 「입체적 홍보」 실시
- 「자체매체 연계시스템 구축」으로 시정홍보 시너지효과 제고

① 월간 「이츠대전」 열독률 제고

- 실수요자 중심 효율적인 배부체계 개선
 - － 택시 등 회독가능 장소, 다중집합공간, 출향인사 등 배부선 확대
- 구독률 제고를 위한 편집방향 개편
 - － 생활정보, 독자투고란 확대, 디자인 수준 제고 등

② 「이츠대전TV」 쌍방향 홍보기능 강화

- 실생활 중심과 시민참여형 프로그램 및 이벤트 확충
 - － 경제뉴스, 구인구직 정보, 문화교양 정보의 비중 확대, UCC공모전 개최 등
- 방송사 등 콘텐츠 공유협력기반 확대
 - － 지역지상파 방송, 케이블TV, 타 지자체 인터넷방송
- 매체별 홍보자료의 재생 연계·반복홍보 / 매체담당자간 실무회의 운영

③ 자체매체간 연계홍보체계 구축

- ◆ 월간 「이츠대전」 → 홍보용 소책자 →점자시정소식
- ◆ 「이츠대전TV」 → 와이드광고판 & 전광판

e-대전뉴스레터 홍보 : 고객과의 1:1 핫라인화

전략적 시정광고 및 매체 확대

- 광고 매체별 파급효과 등 고려 광고효과가 극대화 되도록 배분
- 공항, 지하차도, 도시철도 공간 등 매체 발굴 확대
 - － IAC 행사와 국책사업유치 등 전략적 홍보를 위한 전국단위 광고실시
 - ※ 광고효과 극대화를 위한 광고 문안, 디자인 등 전문가 자문

3. 시정 계기홍보 강화

- 맞춤형 계기홍보 자료 제작 활용 등 다양하고 전략적인 시정홍보 대책 추진
- 간담회, 설명회 등 각종 행사 시 계기홍보 강화로 신뢰수준 제고

① 시정홍보자료 멀티활용 시스템 구축

- 「포켓 이츠대전」 제작 활용 / 간담회, 설명회 등 각종 행사시 제공

개요

- 시 기 : 월 1~ 2회 / 1회당 3,000부 정도
- 규 격 : 32절(12×18cm) / 30페이지 내외
- 내 용 : 시의성 있는 주요시책 수록

- 각종 시정홍보물에 주요시책 병행수록 등 효과적인 활용 방안모색

시정홍보 컨설팅제 운영

- 홍보물 수준 향상 및 유사중복발행 사전예방으로 홍보효과 제고 및 예산절감
- 운영내용 : 홍보물 발간·자문 및 심의

중점심의 사항 ① 수록내용 ② 디자인 ③ 수량 등

② 시정홍보 영상물 활용 확대

- 각종 교육과 설명회, 간담회 등 방영

제작
개요

- 형 식 : 35M/M 카메라 촬영, 컴퓨터 그래픽 접목
10분 상영(축약분 3분), 4개 언어(한·영·중·일)
- 내 용 : 시민이 행복한 도시, 대전의 미래비전 제시 등

- 주요시정 홍보동영상·CF 제작 방영(2~3분)

— 월드컵·야구경기장, 환경전광판, 정부청사 전광판 등 활용 수시 방영

③ 기타매체 활용 계기 홍보강화

- 찾아가는 시정홍보 이동차량 운영 및 월간 시정 10대뉴스 선정 홍보
- 고시·공고·기획광고 확대로 효율적인 시정홍보 및 시민 알권리 충족
- 시정여론조사를 통한 전략적 시정홍보 및 시민 의견 수렴 확대

4. 지역 홍보자원 발굴 최대 활용

- 지역 유관 기관·단체간 협력을 통한 효율적인 홍보대책 강구
 - 신규 홍보매체의 지속 발굴 활용으로 시정 홍보역량 강화
-

① 지역 공동홍보 협력체계 구축

- 대전지역 홍보협의회(가칭) 구성·운영 (市+대학+기업+연구소)
- 관내 기관, 기업체 발행 간행물 제작제휴를 통한 시정홍보 실시
－ 169개 기관 175종의 소식지, 책자, 신문, 리플렛 등
- 수도권과 해외 등 대외적인 공동홍보 협력사업 발굴·추진

② 생활 밀착형 홍보매체 발굴 활용

- 시민 생활정보 제공매체 등 활용 시정 홍보강화
－ 아파트 승강기모니터(75개 단지), 각종 생활정보지 등
- 다중집합장소 전광판 등 활용 시정홍보 실시
－ 경기장, 백화점, 대형할인점, 영화관 등
- 시민생활과 밀접한 공공시설 활용 시정홍보강화
－ 도서관, 시립미술관, 문화예술의전당 등 게시판과 각종 안내홍보물 등 활용

③ 각종 전자매체 및 지하철 공간 등 활용 홍보

- 민간, 기관·단체 소유 전자매체 활용 확대를 위한 홍보네트워크 구축
－ 운영주체 기관·단체와 표출문안 교류, 실시간 홍보채널 유지
- 교통(시내버스, 승강장 등), 환경전광판 등 활용 시의성 있는 시책홍보
- 대전역사, 으능정이 등 시내 대형전광판의 공익홍보 기능강화
－ 사설옥상·야립광고 유희공간 등 활용 공익적 시정광고 협조
- 지하철 승강장 조명광고, 전동차내 홍보물, 스크린도어, PDP광고 등

5. 대전 도시브랜드 가치 제고

- 대전의 브랜드 마케팅 활성화를 통한 도시 이미지 고양
 - 『It's Daejeon』 브랜드 슬로건 인지도 제고를 위한 홍보 강화
-

① 도시브랜드 마케팅전략 수립시행

- 대전상상 도시마케팅리그 공모전 개최
 - － 공모주제 : 대전 브랜드가치 제고를 위한 마케팅 기획(논문) 등
 - － 응 모 : 일반시민, 대학생 (외국인유학생 포함) 등
 - ※ 1차 심사후 4~5개팀 선정 파워포인트 발표회 개최 최종선정
- '대전 이미지 발굴' 대시민 설문조사 실시
 - － 대전이 좋은 이유, 대전의 맛, 대전의 상징물 설치 등에 관한 시민 설문조사 실시로 공감대 형성(전문기관 의뢰)

② It's Daejeon 홍보 강화

- 시민의 일상생활속에 가까이 다가가는 브랜드 슬로건으로 정착
 - － 행정홍보 : 市발행 각종 홍보물, 市홈페이지, 행정장비 등
 - － 생활용품 : 화장품세트, 필기구, 명함케이스 등
- 외국인 대상 「It's Daejeon」 브랜드 적극 활용으로 대전 이미지 고양
 - － IAC 등 국제행사, 대전컨벤션센터 전시장 등 활용
 - － WTA, 국제자매도시, 관내대학 외국네트워크를 통한 「It's Daejeon」 브랜드 확산

③ 지역적 특징을 살린 도시마케팅 추진

- 특정 장소를 대상으로 한 장소마케팅 상품개발
 - － 목척교 복원, 유성시민의 숲 등 시책 관련 특정 장소에 대한 스토리텔링, 문화예술 공연 등 연계 장소 상품화
- 市경계 상징조형물과 각종 홍보판 정비 설치로 창조도시 대전 이미지 제고

6. 시정홍보 관리시스템 Up-Grade

- 시정홍보 평가·교육을 통한 홍보역량 강화와 품질 향상 도모
 - 부정확·왜곡보도에 대한 적극대응으로 시정신뢰도 제고
-

① 언론보도 상시 모니터 시스템 구축

- 모니터링 전담직원 배치로 실시간 모니터링 / 신문, 방송, 인터넷 등
- 부정확·왜곡보도 적극 대응 / 정정, 반론, 추후보도 청구
 - － 부정확·왜곡보도에 대한 고문변호사 자문 등 체계적 대응
 - － 인터넷 매체에 대하여는 즉시 정정·삭제 요구 등

② 효율적인 시정홍보 시스템 구축

- 언론전문가 등 민간중심 홍보대책위원회 구성 정례화 운영
 - － 주요시정 10대뉴스 선정과 월간보도내용 분석 대응 등 효과적인 홍보대책 강구
- 부서별 홍보실적 평가 실시
 - － 보도자료 제공실적, 브리핑, 기고, 보도반영률, 기타매체 홍보실적 등
- 주요시책 계획수립시 전 과정에 걸친 단계별 홍보전략 수립 시행

③ 공무원 홍보마인드 제고와 역량 강화

- 전 직원 「시정홍보매뉴얼」 책자 제작 배부 활용
- 직원 홍보교육 실시(분기 1회) : 직장교육 등 전문강사 초청 강연
- 공무원교육원 홍보 전문교육과정 운영 확대
- 연수교육, 세미나, 설명회 등 각종 홍보교육 참가확대
 - － 한국언론재단, 각 언론사 주관 전문교육 등
- 홍보마인드 함양을 위한 출입기자단·간부공무원 워크숍 실시(반기별)